

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi *Impulsive Buying Behavior* di Matahari Departement Store Tunjungan Plasa Surabaya.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* Lisrel 8.70. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. Data diperoleh secara langsung dari responden yang memenuhi karakteristik populasi yang ditentukan dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 190 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *Credit card* dan *In-Store Display* di Matahari Departement Store Tunjungan Plasa Surabaya. Sedangkan, pengaruh *Promotional Approaches* terhadap *Impulsive buying* di Matahari Departement Store Tunjungan Plasa Surabaya tidak terbukti.

Kata kunci: *Credit Card, Promotional Approaches, Impulsive Buying, Consumer Behavior*.

ABSTRACT

This study aims to explain factors that affect impulse buying behavior in Matahari Departement Store Tunjungan Plasa Surabaya.

This research using Structural Equation Modeling (SEM) with Lisrel 8.70 software. Sampling techniques used in this research are non probability sampling with this type of convenience sampling. Data collected directly from respondents who meet the specified characteristics of the population by distributing questionnaires. The samples used in this study was 190 respondents.

The results of this study showed the influence of Credit card dan In-Store Display in Matahari Departement Store Tunjungan Plasa Surabaya. While, the inflience of Promotional Approaches on Impulsive buying in Matahari Departement Store Tunjungan Plasa Surabaya rejected.

Key words: Credit Card, Promotional Approaches, Impulsive Buying, Consumer Behavior.